

**PENGARUH *GLOBAL KOREA SCHOLARSHIP* SEBAGAI DIPLOMASI
PENDIDIKAN KOREA SELATAN TERHADAP PENINGKATAN
HUBUNGAN KOREA-INDONESIA TAHUN 2018-2022**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana pada Departemen Ilmu
Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*

OLEH:

WILDA SARI

E061201068

DEPARTEMEN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2024

HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL : PENGARUH *GLOBAL KOREA SCHOLARSHIP* SEBAGAI
DIPLOMASI PENDIDIKAN KOREA SELATAN TERHADAP
PENINGKATAN HUBUNGAN KOREA-INDONESIA TAHUN
2018-2022

NAMA : WILDA SARI

NIM : E061201068

DEPARTEMEN : ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Makassar, 12 Agustus 2024



Pembimbing I,

Agussalim, S.IP, MIRAP
NIP. 197608182005011003

Pembimbing II,

Nurjannah Abdullah, S.IP, MA.
NIP. 198901032019032010

Mengesahkan :
Plt. Ketua Departemen Hubungan Internasional,



Prof. Dr. Phil. Sukri, S.IP, M.Si.
NIP. 197508182008011008

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

JUDUL : PENGARUH *GLOBAL KOREA SCHOLARSHIP* SEBAGAI
DIPLOMASI PENDIDIKAN KOREA SELATAN TERHADAP
PENINGKATAN HUBUNGAN KOREA-INDONESIA TAHUN
2018-2022

N A M A : WILDA SARI

N I M : E061201068

DEPARTEMEN : ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar untuk memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana pada Departemen Ilmu Hubungan Internasional pada hari Kamis, 8 Agustus 2024.



Ketua : Dr. H. Adi Suryadi B, MA

Sekretaris : Mashita Dewi Tidore, S.IP, MA.

Anggota : 1. Agussalim, S.IP, MIRAP

2. Nurjannah Abdullah,, S.IP, MA

3. Atika Puspita Marzaman, S.IP, MA

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wilda Sari
NIM : E061201068
Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional
Jenjang : Sarjana (S1)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul:

“Pengaruh *Global Korea Scholarship* sebagai Diplomasi Pendidikan Korea Selatan terhadap Peningkatan Hubungan Korea Selatan-Indonesia tahun 2018-2022”

Merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari ditemukan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi dengan aturan yang berlaku. Demikian pertanyaan ini saya buat tanpa ada paksaan dari pihak mana pun.

Makassar, 10 Agustus 2024



Wilda Sari

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang menguasai segala sesuatu, atas segala limpahan rahmat, kekuatan ilmu, pengetahuan, taufiq, hidayah, petunjuk dan kemudahan sehingga penulis mampu menyelesaikan dengan baik tugas akhir ini. Ketertarikan pada bidang kajian diplomasi pendidikan pada program beasiswa luar negeri membawa penulis secara intensif membaca, menganalisis, dan terlibat langsung isu-isu tersebut. Sehingga, penulis akhirnya memilih tugas akhir dengan tema Program *Global Korea Scholarship* sebagai salah satu bentuk diplomasi pendidikan Korea Selatan dengan judul “Pengaruh *Global Korea Scholarship* sebagai Diplomasi Pendidikan Korea Selatan terhadap Peningkatan Hubungan Korea Selatan-Indonesia tahun 2018-2022” sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan dan memenuhi syarat mendapatkan gelas sarjana dan lulus dari Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

Selama penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan umpan balik berupa kritik dan saran yang konstruktif agar dapat menjadikan tugas akhir ini lebih baik dan lebih bermanfaat bagi setiap elemen masyarakat. Selama empat tahun ini banyak rintangan yang penyusun dapatkan, tetapi berkat bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak akhirnya dapat terselesaikan dengan baik. Melalui kesempatan ini, penyusun ingin menyampaikan rasa terima kasih atas kerja sama dan dukungan dari berbagai pihak selama proses penelitian hingga penyusunan tugas akhir ini kepada:

1. Orang tua penulis, Bapak **Amiruddin** (Alm) dan Ibu **Hasirah** yang senantiasa memberikan doa dan dukungannya kepada anak bungsunya. Ucapan terima kasih tak cukup untuk menggambarkan rasa terima kasih atas segala bantuan Bapak & Mama yang diberikan hingga saat ini, penulis senang dan bangga menjadi anak Bapak dan Mama. Untuk bapak, *We will always miss you, Pak. Al-Fatihah for the best father ever!*
2. Kakak penulis, **Nurhidayati, S.I.Kom** atas doa dan dukungannya setiap saat dalam segala fase kehidupan penulis. *I'm so grateful to have you as my sister.* Untuk adik **Peter** dan adik **Janshen** yang selalu memberikan *moral support* kepada penulis, hidup lebih lama sayangku.
3. Rektor Universitas Hasanuddin pada saat penulis memasuki kehidupan perkuliahan di tahun 2020, **Prof. Dr. Dwia Aries Tina Pulubuhu, M.A.** dan **Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M. Sc.** Selaku Rektor Universitas Hasanuddin beserta jajarannya pada saat penulis lulus pada program studi ini di tahun 2024.
4. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik pada saat penulis memasuki dunia perkuliahan, **Prof. Dr. Armin, M. Si** dan **Prof. Dr. Phil Sukri, M. Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik beserta seluruh jajarannya pada saat penulis telah menyelesaikan pendidikan sarjana.
5. Ketua Departemen Ilmu Hubungan Internasional FISIP Unhas, **Prof. H. Darwis, MA. Ph. D.**, merupakan sosok yang bijaksana dan rasional. Penulis berterima kasih atas ilmu yang diajarkan selama studi, sifat teladan rendah

hatinya menjadi panutan, dan dukungannya selama berkuliah di Departemen Hubungan Internasional.

6. Dosen Pembimbing I, **Agussalim, S.IP, MIRAP**, dan Dosen Pembimbing II, **Nurjannah Abdullah, S. IP, MA**, yang telah membantu penulis dalam menyusun penelitian ini hingga berhasil menyelesaikan dengan hasil yang baik. Penulis sangat bersyukur menjadi anak bimbingan karena sangat dipermudah baik dalam hal penyusunan maupun proses pemberkasan. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pak Agus yang juga sebagai Dosen Penasihat Akademik penulis yang memberikan banyak nasehat dan masukan dalam menjalani hari-hari sebagai mahasiswa Hubungan Internasional dari semester awal hingga semester akhir. Terima kasih juga kepada Kak Jannah, yang merupakan dosen andalan dalam pemilihan kelas tiap semesternya, kelas yang kadang bikin takut tapi seru juga. Besar ucapan terima kasih penulis kepada kedua dosen pembimbing.
7. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya juga kepada seluruh pengajar Departemen Ilmu Hubungan Internasional, FISIP, Unhas atas ilmu yang diajarkan, lingkungan belajar yang sangat nyaman ruang bertumbuh yang sangat baik: **Drs. Patrice Lumumba, MA., Drs. Aspiannor Masrie, M. Si. (alm), Drs. Munjin Syafik Asy'Ari, Atika Puspita Marzaman, S. IP, MA., Drs. H. Husan Abdullah, M. Si., M. Imran Hanafi, MA, M. Ec., Ishaq Rahman, S. IP., M.Si., Nur Isdah, S. IP., MA, Seniwati S. Sos, M. Hum, Ph. D., Pusparida Syahdan, S. Sos, M. Si., Burhanuddin, S. IP, M. Si., Muhammad Nasir Badu, Ph. D, Dr. H. Adi Suryadi B. MA., Bama Andika Putra, S. IP., M. IR., Abdul Razaq Z. Cangara., S. IP., M. IR., Biondi Sanda Sima, S. IP., M. Sc., L. LM., dan Mashita Dewi Tidore, S. IP., MA.**
8. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada staf Departemen HI, FISIP, Unhas, **Ibu Rahmah, Pak Ridho, Pak Dayat, Kak Ita**, dan **Kak Salni** yang telah membantu proses administrasi dan kebutuhan penulis selama penyelesaian tugas akhir ini.
9. Sahabat penulis yang telah kebersamai penulis dari awal perkuliahan hingga berada pada masa penyusunan tugas akhir, Grup **Meet Up** yaitu **Firan, Gabriela**, dan **Shita** yang selalu membantu dan menemani penulis dari mahasiswa baru. Serta **Fajhriyadi, Wafiq, Tasya, Asnur** yang senantiasa menjadi sahabat penulis dalam membantu segala hal dalam dunia perkuliahan. Sukses terus, dunia perkuliahan tidak menyeramkan karena ada kalian.
10. Teman kuliah yang tergabung dalam Kelompok 6 Agama, **Fajhriyadi, Naufal, Wafiq, Arhaida**, dan **Marsya** yang telah menjadi bagian dari kehidupan perkuliahan penulis sebagai kelompok pertama dalam dunia perkuliahan. Terima kasih atas bantuan dan telah menerima penulis dengan segala kekurangan yang dimiliki.
11. Teman seperjuangan, **Wa Ode Firan Salwa Suri, S.IP** yang telah menemani dan mendukung penulis dari perkuliahan hingga penyusunan proposal, skripsi, hingga pemberkasan wisuda. *So make the friendship bracelets, take the moment and taste it, you've got no reason to be afraid, you always have ME!*
12. Teman kuliah dan sahabat karaoke, **Malino Awikwok, Ashar, Aswin, Faje, Firan, Geby, Naufal, Shita, Tasya**, dan **Wafiq**. Terima kasih telah menghibur

dan membantu penulis selama berkuliah di HI. *Salam Happy Puppy in Malino guys!*

13. Teman-teman KKN Unhas Gel 110, **Kisah Kasih Batara** yaitu **Marsya, Karin, Putri, Yelny, Sukri,** dan **Naoval,** yang telah menjadi teman dalam membantu dalam pelaksanaan program kerja KKN dengan sangat baik. Terima kasih atas kurang lebih 40 hari yang sangat berkesan dalam menyusuri Pangkep setiap harinya.
14. Teman-teman **Magang Kantor Imigrasi Makassar,** yaitu **Amirah, Marsya, Geby, Firan,** dan **Wafiq** yang telah kebersamai penulis selama magang hingga penulisan tugas akhir ini. Serta **pegawai Imigrasi Makassar, Bu Nana, Pak Budi, Pak Thaha, Pak Yani, Koko Budi, Pak Rezka,** dan **Pak Iwan** atas bantuan dan dukungan selama melakukan magang dalam waktu kurang lebih 8 bulan di Kantor Imigrasi Makassar.
15. Teman-teman **PESKES 7 & EXPOST,** terutama **Ria Rizky Asriani** dan **Yulia** yang telah kebersamai penulis dari SMP, SMA, hingga menjadi mahasiswa di Universitas Hasanuddin. Ayo sukses bersama dan nonton konser bareng.
16. Teman-teman **ALTERA** yang telah menemani penulis dari mahasiswa baru hingga berada pada fase semester akhir ini. Sukses terus dan terima kasih telah menjadi teman yang baik dalam keluarga besar Hubungan Internasional angkatan 2020.
17. Narasumber penelitian, **Mega Puspita Pertiwi** dan **Syahdan Aditya Putra.** Penulis mengucapkan terima kasih atas kesediaan kedua narasumber dalam melakukan proses wawancara bersama penulis. Terima kasih atas penjelasan dari setiap pertanyaan penulis yang tentunya sangat bermanfaat dan membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
18. Penulis ingin mengucapkan terima kasih pada diri sendiri, **Wilda Sari S.IP** yang telah bersemangat menyelesaikan pendidikan dalam jenjang S1 Ilmu Hubungan Internasional, FISIP Unhas. *From sprinkler splashes to fireplace ashes I gave my blood, sweat, and tears for this. We got it!*

ABSTRAKSI

WILDA SARI. 2020. E061201068. “Pengaruh *Global Korea Scholarship* sebagai Diplomasi Pendidikan Korea Selatan terhadap Peningkatan Hubungan Korea Selatan-Indonesia tahun 2018-2022”. Pembimbing I: **Agussalim, S.IP, MIRAP.** Pembimbing II: **Nurjannah Abdullah, S.IP, MA.** Departemen Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk implementasi Program *Global Korea Scholarship* (GKS) sebagai alat Diplomasi Pendidikan Korea Selatan di Indonesia. Penelitian ini juga bertujuan untuk melihat Pengaruh Program *Global Korea Scholarship* (GKS) terhadap peningkatan hubungan Korea Selatan dan Indonesia dalam bidang kerja sama budaya. Metode penelitian ini yang diterapkan dalam skripsi ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam memberikan hasil analisis berupa fakta berdasarkan permasalahan penelitian, penelitian ini menggunakan studi literatur dan teknik wawancara. Selanjutnya dilakukan analisis untuk menghasilkan kesimpulan terhadap pertanyaan penelitian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Program *Global Korea Scholarship* (GKS) menjadi alat diplomasi pendidikan Korea Selatan di Indonesia dengan pemberian beasiswa penuh kepada warga negara asing untuk melanjutkan pendidikan yang dalam hal ini meningkatkan citra positif Korea Selatan bagi para mahasiswa asing. Pengaruh Program *Global Korea Scholarship* (GKS) terhadap kerja sama budaya antara Korea Selatan dan Indonesia dapat dilihat dari pemberian kelas wajib Bahasa Korea dan kebudayaan yang diberikan kepada mahasiswa Indonesia.

Kata Kunci: *Global Korea Scholarship (GKS), Diplomasi Pendidikan, Nation Branding, Soft Power, Kerja Sama Budaya, Korea Selatan, Indonesia*

ABSTRACT

WILDA SARI. 2020. E061201068. "The Effect of Global Korea Scholarship as South Korea's Educational Diplomacy on Improving South Korea-Indonesia Relations in 2018-2022". Advisor I: **Agussalim, S.IP, MIRAP. Supervisor II: **Nurjannah Abdullah, S.IP, MA**. Department of International Relations, Faculty of Social and Political Sciences, Hasanuddin University.**

This study aims to determine the form of implementation of the Global Korea Scholarship (GKS) Program as a tool of South Korean Educational Diplomacy in Indonesia. This research also aims to see the effect of the Global Korea Scholarship (GKS) Program on improving relations between South Korea and Indonesia in the field of cultural cooperation. This research method applied in this thesis is a qualitative method with a descriptive approach. In providing analysis results in the form of facts based on research problems, this research uses literature studies and interview techniques. Furthermore, it is analyzed to produce conclusions to the research questions. The results of this study indicate that the Global Korea Scholarship (GKS) Program is a tool of South Korean educational diplomacy in Indonesia by providing full scholarships to foreign nationals to continue their education, which in this case increases the positive image of South Korea for foreign students. The influence of the Global Korea Scholarship (GKS) Program on cultural cooperation between South Korea and Indonesia can be seen from the provision of compulsory Korean language and cultural classes given to Indonesian students.

Keywords: Global Korea Scholarship (GKS), Educational Diplomacy, Nation Branding, Soft Power, Cultural Cooperation, South Korea, Indonesia

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR BAGAN	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GRAFIK.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Kerangka Konsep.....	7
1. Diplomas Pendidikan	7
2. Nation Branding	12
E. Skema Pembahasan.....	16
F. Metode Penelitian	16
1. Jenis Penelitian.....	16
2. Teknik pengumpulan data	17
3. Teknik analisis data.....	18
4. Metode Penulisan	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
A. Diplomas Pendidikan.....	19
B. <i>Nation Branding</i>	27
C. Penelitian Terdahulu	35
BAB III GAMBARAN UMUM	38
A. Hubungan Bilateral Korea Selatan dan Indonesia	38
B. Program <i>Global Korea Scholarship</i>	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	66
A. Bentuk Implementasi Program <i>Global Korea Scholarship</i> sebagai Diplomas Pendidikan Korea Selatan di Indonesia Tahun 2018-2022	66
B. Pengaruh <i>Global Korea Scholarship</i> terhadap Hubungan Korea Selatan dan Indonesia tahun 2018-2022 dalam Sektor Budaya.....	74
BAB V PENUTUP.....	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	96
Lampiran 1	96
Lampiran 2	101

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Student as Culture Carrier by Lima Junior	10
Bagan 2 Skema Pembahasan.....	16
Bagan 3 Tahapan Sekeksi GKS-U	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 2 Daftar Universitas Embassy Track GKS-G 2022	58
Tabel 3 Daftar Universitas University Track GKS-G 2022.....	59
Tabel 4 Daftar kuota GKS-G jalur kedutaan 2022.....	63

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1 Kuota GKS-G Indonesia tahun 2018-2022.....	61
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Newsletter GKS	73
Gambar 2 Akun Instagram visitseoul_official	81
Gambar 3 Akun Instagram visitseoul_globalseoulmate	81
Gambar 4 Video kerja sama Khilda & Visit_Seoul	81
Gambar 5 Video Jeonnam World Tourism	82

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Diplomasi memiliki kekuatan yang tidak lagi hanya melalui persuasi atau paksaan berdasarkan metode tradisional yang ada, namun saat ini dapat melalui berbagai daya tarik informasi yang menunjukkan perlunya diplomasi publik. Perubahan paradigma diplomasi di mana menghasilkan suatu negara yang dapat mempengaruhi negara lain tidak dengan membatasi pengaruh opini publik melainkan memanfaatkannya dengan sebaik-baiknya. Mendominasi kebijakan luar negeri merupakan gaya diplomasi proaktif yang berusaha mencapai kepentingan nasional dengan menggunakan pengaruh tidak hanya pada warga negara sendiri namun juga pada warga negara lain.

Pemerintah Korea Selatan mendorong diplomasi publik dengan melihat dari segi diplomasi budaya. Namun diplomasi publik yang sebagian besar didominasi oleh konten budaya yang cenderung dimiliki oleh sektor swasta. Maka dari itu pemerintah Korea Selatan memprakarsai diplomasi publik yang strateginya rentan terhadap keadaan sektor swasta. Korea Selatan tidak hanya memiliki strategi dalam membangun citra bangsa yang solid namun juga memiliki visi dan rencana yang besar (Cho, 2012, hal. 277). Secara tradisional, masyarakat internasional samar-samar menyadari keberadaan Korea Selatan, namun setelah pecahnya perang Korea di mana Korea dijuluki sebagai “*the Land of the Morning Calm*” dan “*an East Asian nation that properly observes proprieties*” yang jelas terwujud dalam masyarakat internasional. Akibat dari perang Korea, Korea Selatan masuk ke dalam masyarakat

internasional dengan citra sebagai salah satu negara termiskin di Asia hingga akhirnya citra negatif ini mulai menghilang ketika menjadi tuan rumah Olimpiade Seoul 1988 yang disebut dengan “*the Miracle on the Han*” membuat Korea Selatan dipandang sebagai pemimpin ekonomi di Asia berkat perkembangan ekonomi yang pesat (Cho, 2012, hal. 283).

Strategi Korea Selatan melalui diplomasi publik yaitu dengan *Korean Wave* (*hallyu*) yang menarik perhatian dunia. Hal ini berfungsi sebagai sumber daya *soft power* bagi Korea Selatan dengan potensi *Korean wave* dalam domain diplomasi publik sangat tinggi. Namun satu-satunya hal yang membuat Korea Selatan lebih dikenal dunia, kegiatan pelayanan dan bantuan internasional dari Korea Selatan, keterlibatan dalam G20, *Asia-Pacific Economic Cooperation* (APEC), *World Expo*, dan olimpiade musim dingin dan musim panas yang meningkatkan citranya. Mempertimbangkan hal ini Korea Selatan mengambil langkah-langkah melalui misi diplomatik dan pusat budaya di negara-negara terkait. Salah satu contohnya yaitu Korea Selatan memperluas *King Sejeong Institute* serta mengaktifkan kembali pertukaran budaya dengan mengikuti tujuan diplomasi publik. Korea Selatan secara aktif mempublikasikan nilai-nilai, budaya, dan kebijakan melalui cara yang tepat seperti informasi harus disampaikan menggunakan bahasa negara lain yang relevan (Cho, 2012, hal. 286-287).

Instrumen lain dari diplomasi publik Korea Selatan adalah pendidikan. Saat ini, Korea Selatan merupakan negara maju dalam hal ekonomi, teknologi, dan sistem pendidikan. Dalam sebuah artikel berjudul "20 Sistem Pendidikan Terbaik di Dunia", BBC Time menyatakan pada tahun 2016 bahwa Korea Selatan memiliki

sistem pendidikan terbaik di kawasan Asia Timur. Sebuah organisasi milik pemerintah yang berkonsentrasi untuk membantu negara-negara di kawasan ini melalui sejumlah bidang, termasuk pendidikan, hadir di tengah-tengah kemajuan ini (Jayanti, Suwartiningsih, & Ismoyo, 2019, hal. 12-13). Diplomasi pendidikan Korea Selatan dijalankan oleh kementerian dan organisasi pemerintah di beberapa negara, salah satunya Indonesia. Salah satu contohnya yaitu *Global Korea Scholarship* (GKS) yang merupakan sebuah inisiatif dalam melakukan sebuah diplomasi di berbagai negara termasuk Indonesia.

Indonesia dan Korea Selatan telah memiliki hubungan diplomatik selama lebih dari setengah abad yaitu hubungan diplomatik kedua negara dimulai pada September 1973, serta hubungan konsulat yang telah ada sejak Agustus 1966. Moon Jae-In yang pada waktu itu merupakan Presiden Korea Selatan melakukan kunjungan ke Indonesia pada 8-10 November 2017, sebagai bentuk babak baru dalam hubungan diplomatik kedua negara. Kedua negara sepakat untuk memiliki hubungan yang baru yaitu *special strategic partnership* yang dilandasi pada "*Republic of Korea-Republic of Indonesia Joint Vision Statement for Co-Prosperty and Peace*" dengan fokus kerja sama yaitu pertahanan dan hubungan dengan negara lain, ekonomi bilateral, pembangunan infrastruktur, *people to people exchanges*, dan kerja sama regional dan internasional. Kerja sama antara Korea Selatan dan Indonesia dalam bidang pendidikan yaitu adanya pertukaran guru dan staf pengajar, pertukaran tenaga ahli di bidang pendidikan dasar dan menengah, kerja sama antar universitas atau sekolah, pengakuan gelar, pengembangan sumber daya manusia,

penelitian bersama, penyelenggaraan seminar/konferensi/pameran, dan pemberian beasiswa kepada masyarakat negara lain (Kedutaan Besar Republik Indonesia).

Pemerintah Korea Selatan telah melakukan banyak kegiatan yang berkaitan dengan diplomasi publik di Indonesia salah satunya dari sektor pendidikan. *Global Korea Scholarship* (GKS) merupakan salah satu bentuk dari diplomasi pendidikan yang sangat digemari oleh masyarakat dari negara penerima termasuk Indonesia. GKS sendiri merupakan program beasiswa yang diberikan oleh pemerintah Korea yang ada sejak tahun 2009, program ini dibawah oleh *National Institute for International Education* (NIIED) yaitu organisasi pemerintah yang berafiliasi dengan Kementerian Pendidikan. Keputusan ini membuat proyek seperti *Korean Government Scholarship Program* (KGSP) yang telah ada sejak tahun 1967 dimasukkan ke dalam program GKS oleh pemerintah (Bader, 2016, hal. 81). GKS di Indonesia menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat Indonesia yang tertarik untuk melakukan studi di Korea Selatan. Terbukti hingga pada tahun 2022, kuota yang tersedia bagi Indonesia untuk *undergraduate degrees* jalur kedutaan memiliki kuota sebanyak 5 orang serta kuota untuk jalur universitas yaitu 3 orang (Global Korea Scholarship, 2021, hal. 3-5). Adapun untuk *graduate degrees* kuota Indonesia untuk jalur kedutaan sebanyak 27 orang serta jalur universitas yaitu sebanyak 42 orang. Hal ini membuat Indonesia menjadi salah satu negara dengan kuota terbanyak dari program beasiswa Korea Selatan ini (Global Korea Scholarship, 2022, hal. 5-7)

Dari penjelasan terhadap GKS tersebut, penulis melihat bahwa pembahasan mengenai *Global Korea Scholarship* sebagai diplomasi pendidikan terhadap

hubungan Korea Selatan dan Indonesia sangat menarik dan penting untuk dikaji. Terkait penelitian ini, telah banyak literatur yang membahas mengenai dampak secara umum dari program GKS, sehingga penelitian yang membahas satu negara secara spesifik khususnya hubungan dengan Indonesia untuk tujuan utama diplomasi pendidikan Korea Selatan melalui GKS masih minim literatur. Oleh karena itu, penulis mengambil topik mengenai program *Global Korea Scholarship* sebagai diplomasi pendidikan terhadap hubungan Korea Selatan dan Indonesia. Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai bagaimana diplomasi pendidikan Korea Selatan di Indonesia melalui program GKS dan dampak dari GKS sebagai diplomasi pendidikan terhadap hubungan Korea Selatan dan Indonesia di bidang kebudayaan.

B. Batasan dan Rumusan Masalah

Penelitian ini akan berfokus pada *Global Korea Scholarship* sebagai diplomasi publik Korea Selatan serta kaitan hubungan dengan Indonesia. *Global Korea Scholarship* sebagai media dari pemerintah Korea Selatan dalam melakukan diplomasi pendidikan untuk meningkatkan citra positif melalui pemberian beasiswa kepada selain warga negara Korea Selatan. Sehingga, penelitian ini berfokus pada bagaimana *Global Korea Scholarship* bertindak sebagai diplomasi pendidikan Korea Selatan serta pengaruhnya terhadap hubungan negaranya dengan Indonesia yang terkhusus pada sektor budaya. Program beasiswa GKS dipilih penulis karena menjadi salah satu beasiswa pilihan mahasiswa dari berbagai negara termasuk Indonesia. Hubungan kedua negara yang telah terjalin sejak tahun 1973 membuat berbagai bentuk kerja sama bilateral terbentuk. Pemilihan tahun 2018-2022

dikarenakan tahun tersebut terjadi banyaknya perubahan tatanan sosial baik dari Korea Selatan maupun internasional, mulai dari penggantian presiden Korea Selatan hingga hadirnya wabah Covid-19 yang mengubah tatanan kehidupan.

Berdasarkan penjelasan di atas, tulisan ini akan mengangkat rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana bentuk implementasi program *Global Korea Scholarship* sebagai Diplomasi Pendidikan Korea Selatan di Indonesia tahun 2018-2022?
2. Bagaimana pengaruh *Global Korea Scholarship* terhadap hubungan Korea Selatan dan Indonesia tahun 2018-2022 dalam sektor budaya?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bentuk implementasi program *Global Korea Scholarship* sebagai Diplomasi Pendidikan Korea Selatan di Indonesia tahun 2018-2022.
2. Untuk mengetahui Pengaruh *Global Korea Scholarship* terhadap hubungan Korea Selatan dan Indonesia tahun 2018-2022 dalam sektor budaya.

Berdasarkan uraian tujuan penelitian tersebut, maka penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai:

1. Salah satu sumbangsih dalam kajian ilmu hubungan internasional, yaitu terkait diplomasi pendidikan dan hubungan Korea Selatan-Indonesia.

2. Salah satu referensi bagi pemangku kepentingan dan pihak-pihak terkait dalam meningkatkan citra positif, khususnya dalam bidang diplomasi pendidikan.
3. Salah satu referensi bagi aktor hubungan internasional untuk melaksanakan upaya diplomasi publik melalui pemberian beasiswa kepada warga negara asing.

D. Kerangka Konsep

1. Diplomasi Pendidikan

Konsep *soft power* dalam kebijakan luar negeri yang diperkenalkan oleh Joseph Nye, menekankan bahwa pengaruh sebuah negara tidak hanya tergantung pada kekuatan militer atau ekonomi, tetapi juga pada daya tarik budaya, nilai-nilai politik, dan kebijakan luar negeri yang dilakukan oleh sebuah negara. Penggunaan *soft power* ini bertujuan untuk memperluas pemahaman tentang gagasan, aspirasi nasional, budaya, serta tujuan kebijakan pada saat itu. Negara-negara yang memiliki banyak saluran untuk berkomunikasi dengan masyarakat internasional cenderung dapat membangun *soft power* yang kuat (Nye, 2005, hal. 16). Ini berarti bahwa kemampuan untuk menyebarkan budaya, mempromosikan nilai-nilai politik, dan menjalankan kebijakan luar negeri yang konsisten dapat meningkatkan reputasi dan pengaruh global suatu negara secara signifikan.

Joseph Nye menjelaskan bahwa *soft power* suatu negara bersumber dari tiga sumber daya: *culture* (yaitu budaya yang menarik bagi orang lain), *political values* (ketika nilai-nilai tersebut dihayati di dalam dan luar negeri),

dan *foreign policies* (ketika dipandang sah dan memiliki otoritas moral) (Nye, *Public Diplomacy and Soft power*, 2008, hal. 96). Konsep *soft power* yang dikemukakan oleh Nye dapat dianalisis melalui *Global Korea Scholarship* yang merupakan diplomasi publik dalam bidang pendidikan yang diberikan sebagai bentuk kebijakan luar negeri oleh Korea Selatan. Program mencoba untuk menjawab semua nilai-nilai yang terdapat dalam konsep *soft power* ini. Dengan memanfaatkan *soft power*, suatu negara dapat memperluas pengaruh dan reputasinya di kancah internasional melalui inisiatif seperti pertukaran pendidikan, pemberian beasiswa, dan peningkatan mutu pendidikan. Dengan demikian, diplomasi pendidikan tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga sebagai alat strategis untuk memperkuat *soft power* suatu negara dengan membangun jaringan hubungan yang lebih dalam dan positif dengan negara-negara lain di dunia.

Menurut Antonio Ferreira de Lima Junior dalam artikel yang berjudul “*The Role of International Education Exchanges Sponsored by The Brazilian Government in The Perception of the External Image of Brazil*” pendidikan merupakan salah satu instrumen yang tercakup dalam konsep diplomasi publik. Diplomasi Publik sendiri didefinisikan oleh Jan Melissen dalam bukunya “*The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice*” adalah salah satu metode yang digunakan oleh suatu negara untuk memajukan kepentingan dan nilai-nilainya. Diplomasi publik melibatkan pengenalan pemahaman atau ide, institusi, dan budaya, serta implementasi kebijakan nasional. Diplomasi Publik tidak dapat dikembangkan lebih dari diplomasi publik atau dapat dikatakan

bahwa tujuan diplomasi publik harus sejalan dengan tujuan kebijakan luar negeri jangka menengah dan panjang. Selain itu, tujuan diplomasi publik tidak dapat disamakan dengan lobi internasional, di mana diplomasi publik memiliki banyak tujuan yang dapat dicapai. Salah satunya adalah menjembatani kesenjangan budaya dalam rangka memfasilitasi pengembangan kepercayaan dan kredibilitas dengan bangsa lain (Melissen, 2005, hal. 15).

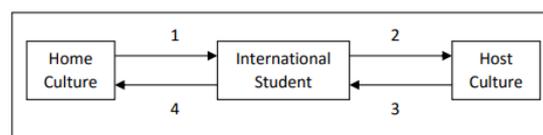
Diplomasi Pendidikan dikatakan sebagai diplomasi jangka panjang yang berfungsi sebagai alat dalam mengembangkan serta menyebarkan citra yang baik dalam menumbuhkan budaya dengan cara yang logis, contohnya yaitu pertukaran pendidikan dan budaya termasuk pemberian beasiswa untuk mahasiswa internasional (Junior, 2017, hal. 7). Adapun menurut Jane Knight menjelaskan diplomasi pendidikan adalah proses dua arah. Hal ini mengacu pada peran yang dimainkan oleh pendidikan tinggi internasional, penelitian, dan inovasi dalam membangun dan memperkuat hubungan internasional, dan sebaliknya, peran yang dimainkan oleh hubungan internasional dalam memfasilitasi dan meningkatkan peran yang dimainkan oleh pendidikan tinggi internasional, penelitian, dan inovasi dalam membangun dan memperkuat hubungan internasional (Knight, 2020, hal. 38).

Penelitian *British Council* menunjukkan bahwa jika negara-negara memiliki kebijakan yang tepat maka akan menarik lebih banyak mahasiswa internasional. Jumlah mahasiswa internasional yang lebih tinggi berkorelasi dengan pertumbuhan ekonomi yang lebih kuat, dan juga dengan kolaborasi

internasional yang lebih besar dalam penelitian, yang pada gilirannya akan menghasilkan dampak dan kualitas yang lebih baik (Skelton, 2019).

Diplomasi pendidikan adalah alat penting untuk hubungan timbal balik dan saling menguntungkan antar negara. Penyediaan kesempatan pendidikan bagi pelajar asing digunakan sebagai instrumen yang efektif untuk mencapai tujuan *soft power* oleh banyak negara. Tidak hanya negara-negara besar, negara-negara kecil juga percaya bahwa pendidikan dapat digunakan sebagai diplomasi publik untuk membantu pemerintah dalam mencapai kepentingan nasional dan membangun citra serta kepercayaan di antara negara tetangga dan kawasan. Globalisasi telah membawa banyak perubahan di setiap bagian kehidupan. Demikian pula, pendidikan dan hubungan internasional telah dipengaruhi oleh globalisasi. Para mahasiswa, akademisi dan peneliti tidak hanya dipandang sebagai mahasiswa, tetapi juga sebagai aktor dalam diplomasi (Nazar, 2020, hal. 22).

Diplomasi Pendidikan merupakan diplomasi internasional yang berperan sebagai pengembangan citra positif dan menciptakan sikap pengertian antara budaya asing. Lima Junior berpendapat bahwa peran pelajar internasional sebagai pembawa budaya dalam dua cara yang digambarkan melalui gambar berikut.



Bagan 1 Student as Culture Carrier by Lima Junior
Sumber: *The Role of International Education Exchanges Sponsored by The Brazilian Government in The Perception of the External Image of Brazil*

Pertama karena mereka membawa budaya asli mereka, yang diperoleh dan diinternalisasi di negara asal (panah 1), dan disebarkan ke negara tuan rumah (panah 2) selama masa pertukaran; kedua, para pelajar juga mengalami dan belajar tentang budaya negara tuan rumah (panah 3), yang dikomunikasikan kepada mereka yang berhubungan dengan siswa pertukaran di negara asal mereka (panah 4) (Junior, 2017, hal. 8-9).

Global Korea Scholarship (GKS) sendiri sebagai sarana dalam diplomasi publik Korea Selatan yang menggunakan jaringan hubungan internasional dibuktikan dengan pada tahun 2022 negara penerima beasiswa dari pemerintah Korea Selatan ini terhitung mencapai 136 negara termasuk Indonesia. GKS juga tidak berpusat pada sistem pemerintah di mana kegiatan GKS umumnya dalam bidang pendidikan termasuk kegiatan dan belajar bahasa Korea yang menjadi salah satu aspek dari kegiatan GKS. Aktor yang terlibat dalam GKS sebagai bagian dari diplomasi publik dalam bidang pendidikan tidak terbatas pada aktor negara saja yaitu Korea Selatan dengan negara penerima termasuk Indonesia, namun juga melibatkan alumni dari GKS yang memberikan citra positif ketika kembali ke negara asalnya setelah menerima GKS.

Visi utama GKS yaitu ingin membangun citra bangsa yang baik di dunia internasional. GKS juga menjadi salah satu bentuk dari upaya untuk membangun diplomasi pendidikan dengan menginternasionalkan pendidikan dan menarik mahasiswa asing datang ke Korea yang pada akhirnya akan meningkatkan citra global Korea Selatan. Alumni GKS memegang peran penting dari diplomasi publik kepada publik asing di mana ketika alumni

kembali ke negara asalnya dan kemudian membuat beberapa agenda terkait dengan GKS seperti kegiatan alumni seperti melalui media sosial para alumni dan diskusi terkait GKS melalui media sosial.

Penerima dan alumni GKS memberikan testimoni selama berkuliah di Korea melalui akun media sosial dengan mengajak masyarakat untuk melanjutkan pendidikan di Korea Selatan dengan beasiswa penuh melalui GKS. Citra positif yang hadir dari para testimoni GKS dapat dilihat salah satunya dari media platform *YouTube* di mana para penerima dan alumni memberikan testimoni mereka serta cara mudah lulus GKS. Maka dari itu hal ini sesuai dengan bagaimana Korea Selatan membangun citra positif mereka ke publik dengan masyarakat asing melalui GKS dengan perantara para penerima serta alumni beasiswa.

Adanya teori diplomasi pendidikan, maka penelitian ini mencoba untuk menganalisis diplomasi pendidikan Korea Selatan melalui GKS merupakan salah satu contoh strategis yang dilakukan oleh Korea Selatan dalam mengembangkan diplomasinya di Indonesia. Hal ini juga sejalan dengan peran diplomasi pendidikan menurut Lima Junior yaitu sebagai pengembangan citra positif dan menciptakan sikap pengertian antara budaya asing.

2. Nation Branding

Joseph Nye menjelaskan bahwa *soft power* suatu negara bergantung pada tiga sumber daya utama: budaya, nilai-nilai politik, dan kebijakan luar negeri. Nye mencatat bahwa kebijakan luar negeri meliputi diplomasi publik, hubungan bilateral, dan multilateral. Baginya, untuk mendukung *soft power*,

substansi dan cara kebijakan luar negeri harus diakui sebagai hal yang meyakinkan secara global dan juga harus mendorong promosi demokrasi serta hak asasi manusia. Ini berarti bahwa kemampuan untuk menyebarkan budaya, mempromosikan nilai-nilai politik, dan menjalankan kebijakan luar negeri yang konsisten dapat meningkatkan reputasi dan pengaruh global suatu negara secara signifikan. (Nye, 2008, hal. 96). Dengan memanfaatkan *soft power*, Korea Selatan melalui *Global Korea Scholarship* mencoba untuk meningkatkan *nation branding* yang merupakan salah satu bentuk *soft power*. Program GKS yang menjadi sumber daya dalam peningkatan reputasi negaranya dengan menjalankan *soft power* nya guna menghasilkan reputasi dan pengaruh global yang signifikan.

Keith Dinnie dalam bukunya yang berjudul “*Nation Branding; Concepts, Issues, Practice*” mengatakan bahwa *Nation Branding* merupakan sekumpulan teori dan penerapannya yang memiliki tujuan untuk mengukur, membangun, dan mengatur reputasi dari suatu negara (yang masih mempunyai keterkaitan dengan *place branding*). Adapun tujuan dari *nation branding* yaitu untuk membangun, mengembangkan, dan juga mempertahankan adanya reputasi (citra) baik dari suatu negara. Oleh karena itu, kemampuan suatu negara untuk bersaing dengan sukses di pasar global, dengan negara-negara lain sangat bergantung pada kemampuannya untuk mempertahankan *brand image* yang kuat (Prasetia, 2015, hal. 2).

Nation branding dalam artikel jurnal yang berjudul *Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations* yang digagas

oleh Simon Anholt yang menurutnya dunia sekarang adalah sebuah pasar yang memerlukan sebuah pemasaran (*branding*) yang terbentuk tak lepas dari tanggung jawab pemerintah atas nama rakyat, lembaga, dan Perusahaan, sehingga menjadi tanggung jawab pemerintah untuk mengukur dan memantau persepsi dunia terhadap negara sendiri serta mengetahui cara untuk mengelola dan mengembangkan strategi guna mendapatkan reputasi yang adil, benar, kuat, menarik, serta berguna bagi ekonomi dan politik (Anholt, 2011, hal. 3-4). *Nation Branding* bergantung pada media dan opini publik terhadap suatu negara. Salah satu hal yang harus diupayakan yaitu ke arah pendidikan yaitu mengetahui cara untuk membantu masyarakat dari negara lain guna mengetahui lebih dalam pada negara yang berbeda (Anholt, 2011, hal. 6-7).

Penerapan konsep *Nation Branding* dari Dinnie dapat dianalisis dari diplomasi publik Korea Selatan melalui pemberian beasiswa kepada masyarakat asing yang bertujuan untuk meningkatkan *nation branding* serta meningkatkan hubungan dengan negara penerima beasiswa, salah satunya Indonesia melalui diplomasi publik terkhusus diplomasi pendidikan Korea Selatan. *Global Korea Scholarship* berdasarkan konsep *Nation Branding* memiliki komponen penting, yaitu

- 1) Membangun citra yang baik bagi Korea Selatan dengan peningkatan sumber daya manusia dengan memberikan kesempatan bagi masyarakat asing untuk mendapatkan pendidikan dengan sistem pembiayaan penuh dari pemerintah Korea Selatan membuat citra negaranya semakin baik. Hal ini juga menjadi daya Tarik Korea Selatan

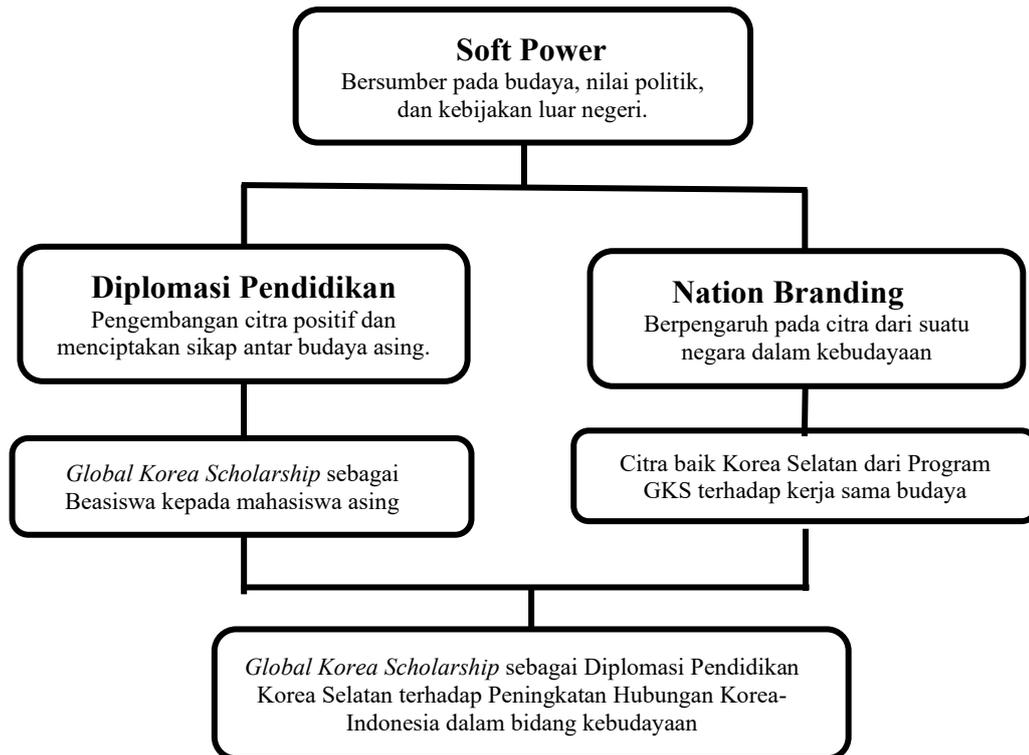
dalam menarik minat masyarakat asing untuk mengenal lebih terhadap negaranya.

- 2) Mengembangkan pengetahuan masyarakat asing melalui program *Global Korea Scholarship* yaitu pengenalan budaya termasuk Bahasa Korea Selatan yang menjadi salah satu cara untuk peningkatan citra dalam identitas bangsa dari bangsa lain sehingga dapat disebut sebagai *nation brand identity*. Terlebih bagi penerima beasiswa akan dituntut untuk mempelajari Bahasa Korea Selatan hingga pada level tertentu. Kemudian terdapat *communicators of nation brand identity* yaitu strategi dari *nation branding* terkait *branding* negara Korea untuk dikenalkan ke negara penerima beasiswa.
- 3) Mempertahankan citra negara dari tahun ke tahun melalui *nation brand image* yang diperankan oleh mahasiswa asing dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Indonesia yang melanjutkan studi di Korea Selatan. Hal ini disebabkan karena mahasiswa yang kemudian merasakan dampak dari pemberian beasiswa yang dilakukan Korea Selatan yang pada akhirnya berkaitan dengan citra positif negara pemberi beasiswa yang kemudian berdampak pada hubungan negaranya.

Adanya konsep *nation branding*, maka penelitian ini mencoba untuk menganalisis *nation branding* Korea Selatan melalui GKS merupakan salah satu contoh strategis yang dilakukan oleh Korea Selatan dalam mengembangkan, membangun, dan juga mempertahankan adanya reputasi (citra) baik di Indonesia sehingga meningkatkan kerja sama dalam bidang

budaya. Hal ini juga sejalan dengan kemampuan Korea Selatan untuk bersaing dengan sukses di pasar global, dengan negara-negara lain sangat bergantung pada kemampuannya untuk mempertahankan *brand image* yang kuat.

E. Skema Pembahasan



Bagan 2 Skema Pembahasan

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam *research paper* ini adalah penelitian kualitatif yang berfokus pada penjelasan terkait hasil analisis dari suatu peristiwa. Penelitian kualitatif merupakan sebuah pendekatan yang berfokus pada analisis atas suatu peristiwa di mana seperti menjelaskan menguraikan ataupun menganalisis peristiwa tersebut sehingga pekerjaan ini

dilakukan secara teliti agar menghasilkan analisis yang cukup dalam hal yang ingin dijelaskan ataupun pembahasan yang menarik (Merriam, 2002, hal. 3-15).

Analisis dari penelitian ini adalah *Global Korea Scholarship* sebagai diplomasi pendidikan Korea Selatan di Indonesia dan tamatan penulis yaitu dokumen-dokumen terkait dengan diplomasi publik baik dalam bidang pendidikan maupun budaya Korea Selatan di Indonesia. Penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu berupa data-data yang berasal dari media seperti situs internet *website* resmi milik pemerintah Korea Selatan serta Indonesia, jurnal, dan buku terkait dengan diplomasi pendidikan Korea Selatan di Indonesia dan GKS.

2. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data menggunakan metode studi pustaka (*library research*) di mana literatur berdasarkan dari buku-buku, jurnal, ataupun *website* kredibel. Penelitian dengan studi kepustakaan menggunakan metode yang berdasar pada pengembangan pengetahuan penelitian di mana dihadapkan langsung dengan data ataupun teks yang disajikan yaitu dengan sumber yang telah ada di perpustakaan ataupun data yang bersifat siap pakai bukan berdasarkan data lapangan atau melalui saksi mata sebuah peristiwa (Snyder, 2019, hal. 333-339).

Teknik pengumpulan data juga menggunakan teknik wawancara, yaitu proses mengumpulkan data dalam proses wawancara dengan narasumber. Dalam penelitian ini, penerima *Global Korea Scholarship* (GKS) yang menjadi narasumber penelitian.

3. Teknik analisis data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penulisan ini yaitu menggunakan deskriptif di mana menekankan pada penjelasan terkait dengan asal muasal *Global Korea Scholarship* sebagai diplomasi pendidikan Korea Selatan di Indonesia yang berdasarkan pada fakta dan hasil penelitian berbentuk deskripsi. Teknik analisis data ini juga menggambarkan terkait fenomena yang dalam penelitian ini adalah GKS yang berfungsi sebagai diplomasi pendidikan yang melibatkan dua aktor negara Korea Selatan dan Indonesia. Teknik analisis data ini menekankan pada mencari data lebih rinci terkait dengan fenomena walaupun informasi dasar tersedia, hal ini dilakukan agar tersedianya pembaharuan data terkait GKS sebagai diplomasi pendidikan Korea Selatan di Indonesia.

4. Metode Penulisan

Metode penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deduktif yaitu menyampaikan gagasan dari yang umum ke hal yang lebih khusus. Penelitian ini awalnya menjelaskan terkait dengan diplomasi pendidikan Korea Selatan secara umum kemudian berfokus pada Indonesia, serta berlanjut pada *Global Korea Scholarship* sebagai diplomasi pendidikan Korea Selatan di Indonesia.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Diplomasi Pendidikan

Soft power merupakan istilah yang dikenalkan oleh Joseph S. Nye, seorang Dekan *Harvard Kennedy School of Government* pada tahun 2004 yang digunakan dalam memberikan saran kepada pemerintahan Amerika Serikat. Istilah ini digunakan dalam teori hubungan internasional untuk menggambarkan kemampuan suatu badan politik, seperti negara, untuk mempengaruhi perilaku dan kepentingan orang lain melalui budaya, kebijakan, dan ideologi yang mereka promosikan. *Soft power* tidak tergantung kepada *hard power*, karena keberadaan *soft power* dan *hard power* di dalam suatu negara tidak selalu bisa beriringan (Nye, 2008, hal. 106).

Nye menyatakan bahwa *soft power* sebuah negara tergantung pada beberapa faktor kunci. Jika budaya suatu negara mencerminkan nilai-nilai universal dan kebijakannya mempromosikan nilai-nilai dan kepentingan yang dikenal oleh negara lain, ini dapat meningkatkan kemungkinan mencapai tujuan yang diinginkan melalui daya tarik dan kewajiban yang tercipta. Sebaliknya, nilai-nilai yang sempit dan budaya yang terbatas cenderung mengurangi *soft power*. Meskipun budaya populer dapat menjadi sumber daya untuk menghasilkan *soft power*, keefektifan sumber daya ini sangat bergantung pada konteksnya, seperti yang terlihat dalam kontak personal, kunjungan, dan pertukaran (Nye, 2005, hal. 11-13).

Nicholas J. Cull dalam buku yang berjudul *Public Diplomacy; Lessons from the Past* menjelaskan diplomasi pertukaran dalam diplomasi publik dapat didefinisikan sebagai usaha negara untuk mengatur lingkungan internasional

dengan mengirimkan warga negaranya dan menerima warga negara asing untuk masa studi dan/atau akulturasi. Meskipun hal ini dapat dikonseptualisasikan sebagai proses satu arah (argumennya adalah: “Murid-murid saya akan pergi ke luar negeri dan memberi tahu Anda betapa indahnyanya negara saya; murid-murid Anda akan datang ke sini dan belajar betapa indahnyanya negara saya.”), elemen timbal balik cenderung menjadikan area diplomasi publik ini sebagai benteng dari konsep “timbal balik”: visi pengalaman belajar internasional di mana kedua belah pihak mendapat manfaat dan diubah. Contoh kuno dapat dilihat pada pengasuhan anak antar komunitas yang dipraktikkan di Eropa Nordik dan Celtic. Seperti yang telah disebutkan, pertukaran sering kali tumpang tindih dengan kerja budaya, tetapi juga digunakan untuk tujuan kebijakan dan/atau advokasi tertentu seperti ketika ditargetkan untuk pembangunan atau untuk mempromosikan inter-operabilitas militer dengan sekutu. Ketika ditempatkan dalam badan diplomasi budaya, aspek timbal balik dan komunikasi dua arah dalam pertukaran kadang-kadang telah disubordinasikan dengan dorongan untuk memproyeksikan budaya nasional (Cull, 2009, hal. 20-21).

Jane Knight dalam artikel yang berjudul “*Knowledge Diplomacy: What Are the Key Characteristics?*”, menjelaskan terdapat beberapa faktor pendorong yang mendorong dan menarik diplomasi pengetahuan. Sebagai contoh, isu-isu global kini menjadi isu nasional dan banyak isu nasional juga menjadi isu global. Tantangan seperti perubahan iklim, ketahanan pangan, migrasi, epidemi, pengungsi dan migrasi, pengentasan kemiskinan, dan keamanan air tidak mengenal batas. Diplomasi pengetahuan adalah proses dua arah. Hal ini mengacu pada peran yang

dimainkan oleh pendidikan tinggi (*International Higher Education*), penelitian (*Research*), dan inovasi (*Inovation*) atau dikenal dengan IHERI dalam membangun dan memperkuat hubungan internasional, dan sebaliknya peran yang dimainkan oleh hubungan internasional dalam memfasilitasi dan meningkatkan IHERI. Terdapat karakteristik utama diplomasi pendidikan yaitu,

- a) Diplomasi pengetahuan dibangun di atas fungsi-fungsi dasar pendidikan tinggi-pengajaran/pembelajaran, penelitian, produksi dan inovasi yang unggul, serta pelayanan kepada masyarakat. Proses diplomasi pengetahuan melibatkan berbagai bentuk IHERI yang ditentukan oleh sifat dan kompleksitas masalah yang ditangani. Kegiatan IHE individu (misalnya, mobilitas mahasiswa, pertukaran pelajar, konferensi bersama) diberi label yang tepat sebagai kegiatan internasionalisasi, tetapi ketika mereka terhubung dengan serangkaian kegiatan yang lebih besar yang melibatkan banyak aktor dan strategi, mereka menjadi bagian dari diplomasi pengetahuan. Sebagai kegiatan IHE yang berdiri sendiri, kegiatan-kegiatan tersebut tidak serta merta merupakan diplomasi pengetahuan.
- b) Keragaman aktor dan mitra, diplomasi pengetahuan mencakup beragam aktor. Meskipun universitas dan perguruan tinggi merupakan pemain kunci, ada berbagai aktor lain yang terlibat. Ini termasuk pusat-pusat keunggulan nasional, regional, atau internasional, lembaga penelitian, yayasan, wadah pemikir, asosiasi profesional, organisasi pendidikan nonpemerintah, dan departemen/lembaga pemerintah. Para pelaku pendidikan tinggi juga bekerja sama dengan sektor dan/atau disiplin ilmu

lain, tergantung pada sifat inisiatifnya. Mitra yang umum termasuk industri, kelompok masyarakat sipil, yayasan, dan lembaga pemerintah. Oleh karena itu, fitur utama dari diplomasi pengetahuan adalah keragaman aktor pendidikan tinggi yang bekerja secara kolaboratif dengan pihak-pihak dari sektor lain.

- c) Pengakuan atas kebutuhan yang berbeda dan penggunaan sumber daya secara kolektif, karena diplomasi pengetahuan menyatukan jaringan mitra yang berbeda dari berbagai sektor untuk mengatasi masalah bersama, sering kali terdapat alasan dan implikasi yang berbeda bagi masing-masing negara dan aktor yang terlibat. Setiap negara dan aktor memiliki kebutuhan yang berbeda dan membawa sumber daya yang spesifik ke dalam kemitraan. Hal ini perlu dihormati dan dinegosiasikan, untuk memastikan bahwa kekuatan dan peluang bagi setiap mitra dioptimalkan. Hal ini dilakukan melalui jenis hubungan kerja sama horizontal yang mengakui kebutuhan dan sumber daya yang berbeda namun bersifat kolektif dari para mitra. Kepemimpinan untuk mengakui dan secara kolaboratif menangani kebutuhan dan sumber daya yang berbeda sangat penting, tetapi tidak dalam bentuk dominasi atau otoriter.
- d) Saling menguntungkan tetapi dengan manfaat yang berbeda, kebutuhan dan sumber daya yang berbeda dari para pelaku akan menghasilkan manfaat yang berbeda (dan potensi risiko) bagi para mitra. Saling menguntungkan tidak berarti bahwa semua aktor/negara akan menerima manfaat yang sama. Namun, hal ini berarti bahwa prinsip saling

menguntungkan dan timbal balik akan memandu prosesnya. Seiring berjalannya kolaborasi, akan ada manfaat kolektif dan manfaat spesifik konteks yang diperoleh oleh para aktor dan negara. Hal ini didasarkan pada negosiasi dan resolusi konflik dan didasarkan pada pendekatan yang saling menguntungkan yang merupakan dasar dari diplomasi pengetahuan.

- e) Membangun dan memperkuat hubungan antara dan di antara negara-negara. Inti dari gagasan diplomasi pengetahuan adalah peran IHERI dalam memperkuat hubungan yang positif dan produktif antara dan di antara negara-negara. Hal ini dibangun di atas, tetapi melampaui, kontribusi yang dibuat oleh perjanjian bilateral dan multilateral antara lembaga pendidikan tinggi. Jelas, ada skala geser sehubungan dengan luas dan kedalaman kontribusi yang dapat diberikan oleh diplomasi pengetahuan dalam hubungan internasional, tetapi bekerja untuk mengatasi masalah-masalah global yang mendesak yang berdampak pada setiap negara adalah cara yang penting untuk maju (Knight, 2020, hal. 38-39).

Diplomasi budaya telah menjadi istilah yang populer selama beberapa dekade. Sementara makna dan aktivitas terkait telah berkembang, Hal ini terutama mengacu pada pertukaran internasional, pameran dan acara di bidang seni, musik, teater, sastra, film, media dan arsitektur, serta olahraga dan ekspresi budaya lainnya. Tujuan dari diplomasi budaya terutama adalah untuk meningkatkan kesadaran lintas budaya, kepercayaan, dan hubungan antara dan di antara negara-negara. 4 Ketika HE disebut sebagai bagian dari diplomasi budaya, kegiatan yang paling

sering disebut adalah pertukaran pelajar/ilmuwan, pembelajaran bahasa, olahraga/debat/kompetisi internasional, dan acara-acara budaya. Meskipun diplomasi budaya dapat mencakup berbagai macam pendidikan antar masyarakat dan pertukaran budaya, diplomasi budaya tidak cukup luas untuk mencakup elemen-elemen utama HE, seperti penelitian dan inovasi. Sebaliknya, penekanannya adalah pada mobilitas orang. Tren yang lebih baru dari penyedia pendidikan tinggi yang bergerak melintasi perbatasan untuk menawarkan program-program asing di negara asal mahasiswa tidak diakomodasi dalam gagasan diplomasi budaya (Knight, 2019, hal. 10).

Emma Skelton dalam tulisannya menjelaskan diplomasi pengetahuan didasarkan pada penciptaan kerja sama, kolaborasi dan kompromi, menyatukan keahlian, pengalaman, pengetahuan, dan wawasan untuk keuntungan bersama. Diplomasi telah mengalami perubahan, diplomasi menjadi terfragmentasi dengan beragam aktor baru termasuk masyarakat sipil, perusahaan multinasional dan departemen pemerintah selain kementerian luar negeri, yang semuanya memainkan peran penting. Tidak lagi tentang pemerintah dan perwakilannya yang merupakan satu-satunya agen utama, sebuah universitas mungkin memiliki hubungan yang lebih baik dengan negara dan pejabat tertentu daripada perwakilan pemerintah. Penelitian *British Council* menunjukkan bahwa jika negara-negara memiliki kebijakan yang tepat maka akan menarik lebih banyak mahasiswa internasional. Jumlah mahasiswa internasional yang lebih tinggi berkorelasi dengan pertumbuhan ekonomi yang lebih kuat, dan juga dengan kolaborasi internasional yang lebih besar dalam penelitian, yang pada gilirannya akan menghasilkan dampak dan kualitas

yang lebih baik. Institusi pendidikan tinggi dapat menjadi alat yang berharga untuk meningkatkan daya tarik dan pengaruh nasional dalam konteks global, tetapi mereka memiliki potensi tidak hanya mengejar kepentingan nasional, tetapi juga bekerja dengan cara yang melayani kebutuhan orang lain dan mengatasi tantangan yang tidak dibatasi oleh batas-batas negara (Skelton, 2019).

Center for Education Diplomacy dalam Program *Education Diplomacy and the 2030 Global Development Agenda* yang dilaksanakan di Washington menjelaskan bahwa Diplomasi Pendidikan berfokus pada isu-isu pendidikan global, dengan penekanan pada diplomasi untuk diskusi kebijakan pendidikan. Laporan ini menyoroti pentingnya pendidikan dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan dan peran upaya diplomasi dalam membentuk kebijakan pendidikan di seluruh dunia. Diplomasi pendidikan bertujuan untuk memanfaatkan keterampilan diplomasi dan bekerja sama dengan sektor publik dan swasta, pendidik dan lembaga pendidikan, individu dan organisasi, dengan agenda mempromosikan pendidikan di seluruh dunia sebagai hak asasi manusia, yang dapat diakses oleh semua orang. Hanya melalui pendidikan, generasi baru akan mampu mengatasi masalah-masalah baru yang muncul. Tujuan pendidikan global seperti *Sustainable Development Goal 4* tidak dapat dicapai tanpa kerja sama, koordinasi, dan kolaborasi lintas sektoral dan di antara berbagai aktor non-negara di bidang pendidikan dan pembangunan yang semakin mempengaruhi kebijakan internasional, struktur pendanaan, dan proliferasi layanan dan inisiatif. Diplomasi pendidikan mencakup kesetaraan gender, inklusi, sertifikasi internasional, pertukaran pelajar, dan lain-lain (Center for Education Diplomacy, 2017).

Dr Katharina Höne yang merupakan peneliti dan dosen DiploFoundation menjelaskan konsep diplomasi pendidikan melibatkan upaya untuk mencapai tujuan pendidikan tertentu dalam konteks tertentu dengan menggunakan keterampilan negosiasi dan diplomasi untuk berinteraksi dan bernegosiasi dengan komunitas lokal yang bertanggung jawab atas penyediaan pendidikan, serta melintasi batas-batas nasional atau regional. Höne berpendapat bahwa praktik Diplomasi Pendidikan dapat mencakup interaksi dengan berbagai aktor di berbagai tingkatan yang bertujuan untuk membentuk lingkungan kebijakan yang positif untuk pendidikan dan mengelola isu-isu pendidikan di tingkat lokal, bilateral, regional, atau global. Terdapat dua pendekatan dalam Diplomasi Pendidikan: pendekatan instrumental yang berfokus pada mempromosikan kepentingan negara, dan pendekatan normatif, yang mempromosikan hak asasi manusia dan memajukan kehidupan individu serta berfokus pada kemajuan manusia. Penggambaran Diplomasi Pendidikan sebagai 'diplomasi baru', karena Diplomasi Pendidikan mencakup aktor-aktor baru yang tidak tradisional, topik-topik baru, dan bentuk-bentuk interaksi yang baru (Höne, 2017).

Yvette Gatilao Murphy yang merupakan direktur advokasi global pada *Association for Childhood Education International (ACEI)* berpendapat bahwa karena keberlanjutan didasarkan pada prinsip saling ketergantungan, maka pendidikan sangat penting untuk mencapai kesehatan dan kesejahteraan yang baik, kesetaraan gender, dan perubahan iklim. Dia menunjukkan bahwa Diplomasi Pendidikan menyatukan keterampilan advokasi dan kepemimpinan serta meningkatkan pendidikan ke tingkat yang lebih tinggi di mana ia dapat digunakan

sebagai proses untuk mempromosikan perubahan yang berkelanjutan. Murphy kemudian memberikan wawasan tambahan tentang pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menjadi efektif dalam Diplomasi Pendidikan. Kerangka kerja pengetahuan ini meliputi hak asasi manusia, hubungan internasional, pembangunan internasional, dan kebijakan pendidikan internasional. Keterampilan utama meliputi bidang negosiasi, membentuk konsensus, mengembangkan kemitraan, dan membangun kepercayaan. Murphy menyimpulkan dengan menekankan bahwa seorang pendidik yang terampil juga harus mampu melihat tren global dalam pendidikan (Murphy, 2017).

B. *Nation Branding*

Soft Power dapat diperoleh dari kebijakan pemerintah, baik di dalam maupun di luar negeri sebagai sumber yang berpotensi. Dampak kebijakan ini dapat bervariasi dalam jangka panjang maupun jangka pendek tergantung pada perubahan konteksnya. Kebijakan pemerintah dapat memperkuat atau *merusak soft power* suatu negara. Kebijakan yang terlihat tidak konsisten, arogan, tidak menghargai pendapat orang lain, atau didasarkan pada pendekatan yang sempit terhadap kepentingan nasional dapat mengurangi pengaruh *soft power* negara tersebut. Nilai-nilai yang ditegakkan oleh pemerintah dalam kebijakan domestik (seperti demokrasi), dalam arena internasional (melalui kerja sama dengan negara lain), dan dalam kebijakan luar negeri (memajukan perdamaian dan hak asasi manusia) memiliki dampak besar terhadap preferensi negara lain. Pemerintah dapat mempengaruhi pihak lain dengan pengaruh positif yang mereka tampilkan. Namun,

soft power tidak sekuat *hard power* dalam kepemilikan oleh pemerintah (Nye, 2005, hal. 13-14).

Soft power tidak hanya tentang pengaruh; pengaruh dapat bergantung pada *hard power* melalui ancaman militer atau kekuatan ekonomi. *Soft power* melebihi sekadar upaya mempengaruhi atau kemampuan untuk memindahkan seseorang dengan argumen. *Soft power* juga dapat dianggap sebagai daya tarik. Perbedaan yang jelas antara *hard power* dan *soft power* merupakan pertimbangan yang penting. (Nye, 2005, hal. 6).

Nation branding sebagai sebuah konsep dan praktik telah menarik perhatian pemerintah nasional baik di negara maju maupun negara berkembang di mana *nation branding* memungkinkan negara-negara untuk mengelola dan mengendalikan citra yang negara proyeksikan kepada dunia, serta untuk menarik jenis investasi, pariwisata, dan perdagangan, yang berhasil bersaing dengan pesaing nasional untuk mendapatkan sumber daya yang semakin berkurang. Strategi pencitraan bangsa yang komprehensif dipandang oleh para pendukungnya yang menyatukan kepentingan kota, regional dan nasional dalam upaya yang semakin kompetitif untuk menarik internasional, menumbuhkan dan mempertahankan loyalitas domestik, serta meraup keuntungan finansial yang ditawarkan di pasar global yang diliberalisasi dalam perdagangan.

Ying Fan dalam artikel "*Branding the nation: What is being branded?*" menjelaskan *nation branding* berkaitan dengan penggunaan strategi pemasaran dan branding untuk meningkatkan reputasi suatu negara. Fan juga menyoroti bahwa *nation branding* berkaitan dengan promosi citra (Fan, 2006, hal. 6). Hlynur

Gudjonsson juga memberikan pemahaman dalam artikel yang berjudul “*Nation Branding*”, Gudjonsson mendefinisikan *nation branding* dengan cara yang sama, namun mengidentifikasi pemerintah sebagai pemrakarsa pencitraan merek, dengan mengakui keterlibatan dan pengaruhnya secara tidak langsung: “*Nation branding* dapat terjadi di mana pemerintah bahkan pemerintah swasta menggunakan kekuasaan dalam mengajak siapa pun dengan kemampuan dapat mengubah citra yang dimiliki negara. Penggunaan alat *branding* dalam mengubah sikap, perilaku, identitas, dan citra yang dimiliki bangsa dengan cara positif” (Gudjonsson, 2005, hal. 285).

Peterson dalam artikel yang berjudul “*Qatar and the World: Branding for a Micro-State*” menyatakan *Branding* telah muncul sebagai aset negara untuk menyaingi geopolitik dan pertimbangan kekuasaan tradisional. Pencitraan *brand* yang tegas diperlukan bagi negara untuk terlihat lebih baik di antara negara lain, karena negara lain sering kali menawarkan produk yang serupa: wilayah, infrastruktur, orang yang berpendidikan, dan sistem tata kelola yang hampir sama (Peterson, 2006). Simon Anholt yang menciptakan istilah *nation branding* menyatakan bahwa merek secara bertahap menjadi “saluran komunikasi yang dominan untuk identitas nasional. Fan dalam artikel yang berjudul “*Branding the nation: What is being branded?*” memberikan definisi dengan merangkum hubungan antara *nation branding* dan manajemen citra nasional. *Nation Branding* sebagai konsep dalam proses pembentukan citra yang kemudian dievaluasi serta pengelolaan yang proaktif sebagai upaya meningkatkan dan memperbaiki reputasi

negara pada khalayak internasional yang sudah menjadi target membangun citra (Fan, 2009).

John Jojin dalam tulisannya “*Theory and Practice of ‘Nation Branding’ – Revisiting Public Diplomacy: Australian and Indian Experience*”, menjelaskan terkait perbedaan *Nation Branding* dengan Diplomasi Pendidikan. *Nation branding* memiliki aspek-aspek yang sebanding dengan diplomasi publik yang telah diteliti dan dipraktikkan secara luas. Bahkan kedua istilah tersebut semakin sering digunakan dalam konteks yang sama dalam literatur akademis dan dalam lingkaran kebijakan, meskipun hubungan di antara keduanya masih rancu. Alasan utama kebingungan dan salah tafsir ini adalah karena konseptualisasi yang kurang baik dari kedua istilah tersebut dan juga dalam perbandingannya, sehingga terbuka peluang untuk melekatkan berbagai makna pada konsep yang paling sesuai dengan kepentingan politisi atau praktisi. Meskipun terdapat perbedaan yang cukup besar dalam konsep *nation branding* dan diplomasi publik, tujuan dan strategi dari kedua konsep tersebut memiliki banyak kesamaan. Melalui karya VanHam dan Melissen membuat kemajuan penting dalam menggabungkan dua bidang penelitian akademis dan studi praktis yang saling melengkapi. VanHam (2002) menunjukkan keuntungan menggunakan orientasi branding dalam hubungan internasional dan tingkat keberhasilan yang lebih tinggi dalam upaya diplomasi publik ketika suatu negara menggunakan strategi *branding* secara keseluruhan. *Nation branding* dan diplomasi publik pada kenyataannya saling melengkapi satu sama lain seperti yang dijelaskan oleh Melissen (2007), keduanya pada dasarnya ditujukan untuk publik asing namun memiliki dimensi domestik yang penting dan berbeda dengan

diplomasi konvensional, baik diplomasi baru maupun *nation branding* memiliki persepsi luar negeri daripada persepsi dalam negeri sebagai strategi awalnya. Melissen (2007) mengakui bahwa meskipun ada kesamaan, keduanya memiliki perbedaan yang kuat, sementara aspek utama dan yang terpenting dari *nation branding* adalah penjelasan mengenai identitas nasional, yang mendekati holistik, dan kekuatan utama diplomasi publik terletak pada pengakuan dan penerimaan atas keterbatasannya (Jojin, 2012, hal. 9-10).

Nation branding merupakan sebuah opini publik yang menjelaskan terkait *branding* negara, di mana negara membutuhkan sebuah upaya dalam melawan opini masyarakat internasional terhadap negara tersebut, sehingga *nation branding* merupakan bukan solusi melainkan sebuah masalah. Pemerintah harus memahami dan menampilkan kekayaan budaya, sejarah, dan sumber daya suatu negara untuk menghindari hanya menjadi hanya sebuah merek. Konsep *nation branding* telah memberikan inspirasi pada pemerintah di berbagai negara. Penggabungan kata "bangsa" dan "citra" memiliki makna yang dalam, karena *branding* yang dimiliki memang menjadi kunci kemajuan dan kesejahteraan masyarakat. Dalam era globalisasi, di mana dunia telah menjadi pasar tunggal sehingga persaingan antara negara, kota, dan daerah dengan lainnya untuk mendapatkan konsumen pasar, politik, sosial, serta proses transaksi. Sehingga, citra merek menjadi faktor kritis yang mempengaruhi keputusan pembelian dan sebagai jalan pintas untuk informasi yang diperlukan (Holt & Cameron, 2010, hal. 33).

Jean-Noel Kapferer menjelaskan *nation branding* secara konsep adalah upaya untuk menciptakan dan mempertahankan gambaran yang luas tentang suatu negara.

Nilai-nilai dan persepsi yang positif membentuk citra suatu negara secara internal dan eksternal, yang memungkinkan negara tersebut mendapatkan posisi yang unik di mata dunia. Dalam konteks bangsa, *nation branding* menawarkan apa yang dapat diberikan oleh bangsa untuk menciptakan sebuah tingkat kinerja. Hal tersebut merupakan cara bangsa untuk menjadi baik dan bagaimana penawaran yang berbeda dari negara lain. Proses *nation branding* dapat menjadi lebih sulit dibandingkan dengan *branding* untuk individu atau produk. Hal ini dikarenakan adanya *brand touchpoint* yang perlu dibangun dan dikelola di suatu negara. Brand touchpoints adalah elemen-elemen dari brand yang dapat ditemui oleh individu dan mempengaruhi opini mereka terhadap brand tersebut. Dalam *nation branding*, contoh *touchpoint* yang dapat ditemui meliputi infrastruktur, budaya, politik, dan lain-lain. Sehingga, *nation branding* untuk negara memerlukan strategi yang lebih luas dan integrasi yang lebih baik untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Kapferer, 2012).

Kapferer menggambarkan sebuah *brand* berdasarkan apa yang dilihat secara alamiah tentang *brand* tersebut. Beberapa contoh *brand touchpoint* yang mempengaruhi persepsi seseorang terhadap negara yang meliputi masyarakat dan watak miliknya, barang, prosedur dan birokrasi, pemerintah, artefak sejarah, dan lokasi. Secara historis, beberapa negara hanya berfokus pada pasar domestik yang terhambat oleh ketergantungan pada pasar, pariwisata, dan ekspor pada produk tradisional yang hanya diberikan kepada pasar tradisional. Oleh karena itu, untuk memasuki pasar global maka negara harus memasuki kawasan pasar global, yaitu

dengan meningkatkan kemampuan berkompetisi secara efektif (Kapferer, 2012, hal. 49).

Delori dalam Akotia et al menjelaskan *nation branding* atau dijelaskan juga sebagai *country branding* merupakan identitas suatu bangsa yang ditinjau secara mendalam, kemudian ditafsirkan serta internalisasikan dalam kehidupan warga negara. Hal ini bertujuan untuk membentuk citra negara dan mengembangkan daya saing dari negara lain. *Nation branding* memiliki peran yang sangat penting dalam peningkatan citra dalam suatu negara, baik pada bidang ekonomi, politik, dan elemen kebudayaan yang lain (Lestari & Aprilia, 2013, hal. 359).

Menurut Fan (2009) terdapat lima manfaat dari adanya *nation branding* (Fan, 2009). Pertama dengan membangun kembali identitas yang dimiliki bangsa, kedua yaitu meningkatkan daya saing bangsa, ketiga adalah mengundang pelaksanaan berbagai aktivitas politik, kebudayaan, bisnis dan olahraga, keempat yaitu memberi kemajuan dalam bidang perekonomian dan perpolitikan dalam dan luar negeri, dan kelima adalah citra dan reputasi bangsa dapat berubah, diperbaiki dan adanya peningkatan.

Menurut Kaneva, para praktisi dan pemasar *branding* mendominasi kontribusi ilmiah memandang *nation branding* terutama sebagai alat strategis dalam meningkatkan keutamaan bersaing yang dimiliki suatu negara, yang berusaha menginformasikan bukan mempertanyakan hegemoni pasar (Kaneva, 2011). Sebagian besar definisi *nation branding* dikaitkan dengan pendekatan teknis-ekonomi, seperti yang ditunjukkan oleh penggunaan bahasa pemasaran secara eksplisit. Dinnie, misalnya, mendefinisikan *nation branding* sebagai

perpaduan unik dan multi-dimensi dari berbagai elemen yang memberikan diferensiasi dan relevansi yang berlandaskan budaya kepada bangsa tersebut dan relevan bagi semua khalayak sarannya (Dinnie, 2008).

Studi yang mengadopsi pendekatan budaya-kritis terhadap eksplorasi *nation branding* cenderung berfokus pada implikasinya terhadap identitas nasional, hubungan kekuasaan sosial, dan penyusunan agenda (Kaneva, 2011). Mengikuti pendekatan ini, praktik pemasaran dan *branding* harus diperhatikan dengan baik, karena pemasaran bukanlah cara yang bebas nilai dan netral dalam menyediakan produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan fisik. Sebaliknya, melalui penggunaan simbol-simbol tertentu, wacana dan praktik ideologis, *branding* secara aktif membentuk hubungan sosial, misalnya dengan memberikan peran sentral dalam kehidupan masyarakat (Moufahim, Humphreys, Mitussis, & Fitchett, 2007).

Dengan menggabungkan aspek diskursif dari *nation branding* dengan konsep konstruktivis ikatan kebangsaan, para peneliti kritis budaya yang mempelajari *nation branding* dapat mengeksplorasi bagaimana pemasaran dan *branding* berdampak pada ranah sosial dan bagaimana hal tersebut bertujuan untuk menyelidiki bagaimana praktik mengubah persepsi masyarakat tentang diri mereka sendiri dan identitas nasional. Mereka berpendapat, misalnya, bahwa alih-alih menggambarkan citra yang memadai tentang sejarah, alam, dan tradisi suatu tempat, merek-merek negara merupakan versi yang terdistorsi untuk mengakomodasi selera konsumen (Butler 1998, lihat juga Knight, 2011) dan bahwa konsekuensi potensial dari mempromosikan citra yang terdistorsi atau idealis tentang suatu negara atau tempat dapat menjadi masalah karena hal ini “menghasilkan dan melanggengkan

kebohongan yang harus dijalani oleh para penghuninya, sehingga merampas keaslian suatu budaya” (Fesenmaier & MacKay, 1996, hlm. 37).

C. Penelitian Terdahulu

Kadir Jun Ayhan, Moamen Gouda, dan Hyelim Lee dalam artikel “*Exploring Global Korea Scholarship as a Public Diplomacy Tool*” yang meneliti terkait peran program *Global Korea Scholarship* (GKS) sebagai alat dalam diplomasi publik Korea Selatan dalam mobilitas mahasiswa internasional. Artikel ini menganalisis dampak GKS terhadap evaluasi diplomasi Korea oleh mahasiswa dan alumni internasional yang akan mempengaruhi citra negara yang menjadi ajang promosi Korea terhadap masyarakat internasional. Artikel tersebut menganalisis peran GKS dalam membawa mahasiswa ke Korea untuk belajar melalui survei dengan persentase 57% untuk jawaban yaitu tidak mungkin atau agak tidak mungkin untuk belajar ke Korea jika tidak menerima beasiswa GKS (Ayhan, Gouda, & Lee, 2022, hal. 879). Artikel tersebut berhasil membuktikan GKS sebagai alat yang digunakan Korea dalam diplomasi publik yang didapat berdasarkan survei yang dilakukan kepada para penerima beasiswa GKS.

Fauzi Wahyu Zamzami dalam skripsinya yang berjudul “Diplomasi Publik Korea Selatan di Indonesia melalui program *Global Korea Scholarship* (GKS) Tahun 2009-2016”, menurut penulis program GKS Korea Selatan termasuk dalam kategori diplomasi publik menurut definisi diplomasi Mark Leonard yang membahas terkait tiga aspek diplomasi publik yaitu pengembangan hubungan, komunikasi strategis, dan manajemen pemberitaan. (Zamzami, 2022, hal. 35-54). Skripsi ini juga mencakup definisi Mark Leonard mengenai tujuan diplomasi publik

yang meliputi meningkatkan kesadaran publik terhadap suatu negara, menumbuhkan rasa hormat publik terhadap negara tersebut, membina hubungan dengan warganya, mendorong investasi asing, dan membangun ikatan politik (Zamzami, 2022, hal. 50-53).

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Teori/Konsep	Isi Penelitian
1	<i>Exploring Global Korea Scholarship as a Public Diplomacy Tool</i>	Konsep Diplomasi Publik	Penelitian ini membuktikan GKS sebagai alat dalam diplomasi publik yang berhasil membawa siswa internasional ke Korea yang mungkin tidak akan datang untuk melanjutkan pendidikan tanpa beasiswa berdasarkan survei penerima GKS.
2	Diplomasi Publik Korea Selatan di Indonesia melalui program <i>Global Korea Scholarship (GKS)</i> Tahun 2009-2016	Konsep Diplomasi Publik	Penelitian ini menjabarkan GKS sebagai diplomasi publik melalui tiga aspek Mark Leonard yaitu pengembangan hubungan, komunikasi strategis, dan manajemen pemberitaan.

Pada penelitian-penelitian tersebut, terdapat pembahasan yang sama yaitu Program *Global Korea Scholarship* sebagai diplomasi publik Korea Selatan namun pada metode penelitian serta bahan penelitian terhadap program GKS. “*Exploring Global Korea Scholarship as a Public Diplomacy Tool*” oleh Kadir Jun Ayhan, Moamen Gouda, dan Hyeelim Lee membahas GKS sebagai alat diplomasi publik dalam mobilitas mahasiswa internasional melalui survei penerima GKS. Sedangkan “Diplomasi Publik Korea Selatan di Indonesia melalui program *Global Korea Scholarship (GKS)* Tahun 2009-2016” oleh Fauzi Wahyu Zamzami membahas

GKS sebagai diplomasi publik di Indonesia berdasarkan konsep Mark Leonard dan berfokus pada tahun penelitian 2009-2016.

Kedua penelitian ini membantu penulis sebagai referensi dalam memberi kebaruan pada penelitian dalam isu GKS. Sehingga penulis ingin penelitian ini mencoba mengkhususkan GKS di Indonesia dan lebih spesifik pada diplomasi pendidikan serta untuk menganalisis permasalahan yang sama lebih spesifik pada tahun 2018-2022 yang menggunakan teori diplomasi pendidikan menurut Antonio Ferreira de Lima Junior.